

La 'mala premsa' d'Internet entre els periodistes

Jaume Soriano

Universitat Autònoma de Barcelona

Maria José Cantón

Periodista



The positive sense of Internet application to the journalism in nineties is becoming a negative image nowadays. Our communication analyzes in depth the results of a field-work Radiografia prèvia al Llibre Blanc de la Professi3 Periodística de Catalunya for the Col·legi de Periodistes de Catalunya. In these research we made open interviews to 30 journalists of press, radio, television and public relations. Journalist find Internet positive only in a tool sense but find negative in the source-media relations. In their statements journalists also find Internet as a threat against the main values of journalism

Introducció

És cert que la incorporació de les noves tecnologies de la comunicació a la pràctica del periodisme ha obert un món de possibilitats per al desenvolupament de la professió. La generalització de l'ús d'Internet a les redaccions dels mitjans a partir de la segona meitat dels anys noranta ha estat reconeguda com una revolució en el periodisme. Tant és així que els mateixos professionals veuen Internet com a veritable motor dels canvis futurs en la pràctica professional, encara que no sense desconfiança.

La present comunicació intenta aprofundir en el coneixement de com perceben els periodistes catalans l'abast d'aquesta influència en la seva feina. El col·lectiu entén que la tecnologia s'ha convertit en el principal condicionant de la pràctica periodística, per sobre de les influències de les fonts d'informació o de les condicions organitzatives en les quals es realitza la feina. El protagonisme d'Internet entre els periodistes catalans presenta una doble cara d'aspectes positius i negatius, però mereix una especial atenció la responsabilitat que li atribueixen en el creixement del que anomenen periodisme de taula o el que col·loquialment es coneix com a "pèrdua de carrer" en la professió.

Periodistes, fonts i tecnologia

Fa poc més de deu anys, l'any 1994 (1991), Pamela J. Shoemaker i Stephen D. Reese en el seu volum *La mediatizaci3n del mensaje. Teorías de las influencias*

en el contenido de los medios de comunicación identificaven la tecnologia com una influència externa sobre els continguts dels mitjans, com ho podien ser els anunciants, els controls governamentals, les fonts o les audiències. En no més de quatre paràgrafs aquests autors repassaven alguns treballs realitzats als Estats Units durant la dècada dels 80 on es feia palesa la importància d'algunes tecnologies de l'època en la producció periodística. Al llarg d'aquest temps, el desenvolupament de les noves tecnologies de la informació ha anat generant reaccions diverses entre els professionals i experts, tradicionalment dividides entre els tecnopessimistes i els tecnooptimistes.

En una de les moltes noves línies de recerca obertes, els investigadors afirmen que el desenvolupament tecnològic ha contribuït decisivament a establir noves pràctiques periodístiques (García i León, 2002) i hi ha qui considera que afecta fins i tot la naturalesa mateixa del periodisme (Bromley, 1997). En el món anglosaxó sostenen que s'estan obrint nous tipus de periodisme, que denominen *online journalism* i que a casa nostra anomenem "periodisme digital", "periodisme electrònic" o "ciberperiodisme" el qual es pot distingir per les característiques específiques del mitjà Internet: multimedialitat, hipertextualitat i interactivitat (Deuze i Paulussen, 2002). També s'insisteix en el fet que els nous mitjans electrònics tenen un impacte important sobre el periodisme convencional i estan modificant el rol del periodista com a intermediari, ja que s'ofereixen al públic noves formes d'enviar i rebre informació, de manera que estan creant una forma pròpia de periodisme (Garrison, 2003). La major part d'aquests treballs aprofundeixen en el nou marc sobre el qual s'estableixen ara les relacions entre els periodistes i els públics i, més concretament, sobre les rutines de treball relatives a la fase de presentació de les notícies, però poques recerques empíriques s'han dedicat a estudiar com influeixen les noves tecnologies en les fases de recollida i selecció de notícies.

Les recerques en sociologia dels emissors dutes a terme al llarg de la dècada dels anys noranta sobre aquestes últimes qüestions tenen com a rerefons més destacats els treballs d'Oscar Gandy (1982) sobre els subsidis informatius i els d'Ericson, Baranek i Chan (1989) sobre les formes de relacions entre fonts d'informació i periodistes. Philip Schlesinger recull sota l'etiqueta de *source-media analysis* les aportacions més interessants que s'han fet fins a mitjan anys noranta en l'estudi de les relacions entre fonts i mitjans de comunicació (1994). Aquesta línia d'anàlisi es planteja com a una superació del mediacentrisme en el qual s'havia instal·lat la sociologia de les redaccions des del principi de la dècada del setanta. Suposa transcendir les limitacions que imposa una recerca sobre la producció periodística que té com a únic i principal objecte d'estudi el treball a l'interior de les redaccions. De l'interès per la vida a les redaccions (*newsmaking*) es passa a l'interès per les formes de relació entre fonts i mitjans degut a l'activisme creixent que els actors socials adquireixen en l'esfera pública. En el seu paper com a fonts d'informació, els actors socials han desenvolupat múltiples habilitats per relacionar-se amb èxit amb els mitjans de comunicació. Les fonts es fan sentir de forma efectiva i amb coherència, i els mitjans acullen de bon grat el seu

interès per aparèixer en públic. Els subsidis informatius (Gandy, 1982) són, a més, una bona forma d'abaratir les despeses de producció de continguts perquè sovint aquest treball ja corre a càrrec de la font d'informació que ha après a "empaquetar" de manera convincent la seva comunicació externa.

Aquesta és la dinàmica que ha marcat més decididament les relacions entre fonts i mitjans al llarg dels darrers anys. Cada vegada són més les notes, els dossiers, les rodes de premsa o les presentacions per a la premsa que ocupen l'atenció dels periodistes. L'interès de les fonts per aconseguir influir en les decisions de selecció i presentació de notícies dels mitjans ha afavorit el desenvolupament de nombrosos gabinets de comunicació experts en la construcció de l'agenda de temes dels mitjans de comunicació. Les conseqüències més vistoses del creixement de l'activitat promocional de les fonts sobre el treball periodístic han estat la miniatrització de les redaccions i la degradació d'algunes rutines de treball en favor del que s'ha anomenat el periodisme de taula (McNair, 1998; Manning, 2001). Menys personal a les redaccions obliga a una major productivitat dels periodistes contractats, i una major activitat de les fonts propicia un flux de notícies basat en l'accés d'informacions més que no pas en la cobertura dels periodistes.

A les redaccions l'accés s'identifica amb tota aquella informació que no és cercada pels periodistes, mentre que la cobertura implica algun grau d'iniciativa per part dels periodistes. Ericson, Baranek i Chan van més enllà i precisen que accés és "l'espai, temps i context de notícies que representen raonablement l'autoritat del càrrec de la font. Aquest accés es distingeix de la cobertura, la qual suposa l'espai i temps de notícies però no el context per a representacions favorables" (1989: 5). En la cultura professional, cobrir informacions és sinònim d'assistir a actes públics per retre compte informativament tot i que la naturalesa dels actes que es cobreixen pot ser molt diversa (des d'un conflicte bèl·lic fins a la presentació d'una nova generació d'ordinadors). L'accés es correspon tradicionalment amb la feina de taula, amb les operacions d'aprofitament de documents enviats per les fonts per construir textos periodístics.

La irrupció de les noves tecnologies de la comunicació, i especialment Internet, han influït decisivament en aquest ordre de coses. Els professionals atribueixen a les noves tecnologies la responsabilitat principal en el descens de les activitats de cobertura informativa en favor de les operacions de processat de textos-font, i aquesta percepció s'ha traduït en un creixent escepticisme cap a Internet com a font d'informació.

Consideracions metodològiques

La present comunicació es basa en les dades obtingudes en el treball realitzat per a l'elaboració del futur Llibre Blanc de la professió periodística a Catalunya. La recerca, encarregada pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, ens ha permès recollir un volum molt important d'informació que ja va ser presentada el passat mes de novembre en forma d'un informe previ. En l'esmentat informe es recullen els resultats d'una enquesta amb la qual s'ha fet un treball de descripció del col·lec-

tiu de periodistes per tal de conèixer les magnituds de moltes de les qüestions que ocupen els periodistes i els preocupen. Paral·lelament es van fer 30 entrevistes obertes amb periodistes de tot Catalunya procurant abastar el major nombre de perfils que conformen avui dia la professió i, si més no, atenent als perfils que més sovintegen a casa nostra. Els trenta periodistes entrevistats no intenten ser, però, una mostra estadísticament representativa de la professió periodística catalana. En la selecció dels entrevistats es van aplicar criteris que recollissin la pluralitat de l'univers estudiat. Els criteris per triar els professionals varen ser quatre: a) demarcació territorial (Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona); b) sexe (home, dona); c) segment d'edat (23-35, 36-55 i 56-70), i d) mitjà de treball (televisió, ràdio, premsa diària, premsa no diària, gabinets de comunicació i altres). Es van triar quinze periodistes de Barcelona, i cinc de cadascuna de les demarcacions restants. A més, la tria en les demarcacions havia de ser de meitat dones i meitat homes. Sobre aquests criteris generals, la selecció del segment d'edat i del mitjà de treball es va assignar aleatòriament procurant que hi hagués una representació significativa dels diversos estrats definits en les demarcacions i els sexes. Les entrevistes definitives van servir per elaborar l'"Informe de la recerca qualitativa".

Els resultats i, en general, les característiques de l'esmentat treball són suficientment descrits en el text "Radiografia Prèvia al Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya", que es pot consultar al *site* del Col·legi de Periodistes de Catalunya. De l'esmentat treball és important aclarir un parell de qüestions. En primer lloc, cal dir que la investigació sobre la importància que la tecnologia juga en la professió periodística catalana es va plantejar com a un dels problemes de recerca només en el vessant qualitatiu del treball. Per tant, les conclusions aportades en aquesta comunicació corresponen exclusivament a l'informe de la recerca qualitativa. En segon lloc, com es diu en l'esmentat informe, el document final elaborat pel Col·legi no és el resultat d'una interpretació de les dades en sentit estricte, sinó d'una sistematització dels cúmuls d'experiències, opinions, casos i exemples relatats pels periodistes entrevistats. És una descripció el més exhaustiva possible de la realitat periodística a través de la mirada de trenta periodistes catalans.

Per a la present comunicació ens hem fixat en les respostes dels entrevistats relatives a les relacions que s'estableixen entre ells i Internet. Es tracta, doncs, de l'ampliació d'una de les parts que ocupa l'esmentat informe. Però, a diferència de l'informe, s'intenta aprofundir en la interpretació d'aquesta relació i en les seves implicacions. La manera com veuen Internet els professionals és el resultat de l'ús que en fan i és en aquest sentit que es poden interpretar les seves declaracions com a marcs de referència que regulen les relacions entre els professionals i la tecnologia.

El perfil antinòmic d'Internet entre els professionals

El valor afegit que ha adquirit Internet en el periodisme fa que ens fixem especialment a entendre com ha estat rebut per la professió. En aquest sentit es

dibuixen dues grans percepcions compatibles sobre Internet que el presenten com a canal o mitjà de comunicació, d'una banda, i com a font d'informació, de l'altra.

La imatge d'Internet com a mitjà de comunicació és francament dèbil entre els periodistes. Tots situen el seu moment històric en un futur possible i sempre vinculat a la decadència d'alguns mitjans convencionals, especialment la premsa escrita, o després de profundes reestructuracions del sistema global de mitjans de comunicació. També, però, es mostra com una oportunitat de desenvolupament de llocs de treball futurs per al sector dels professionals de la informació. Es pot dir que quan els periodistes opinen sobre Internet com a mitjà de comunicació ho fan com a "comunicòlegs", no pas com a periodistes digitals.

La imatge d'Internet com a font d'informació resulta molt més forta i alhora controvertida entre els professionals. Certament, el veritable impacte de la xarxa en la professió s'ha de mesurar actualment en termes de modificació de les relacions entre fonts i periodistes, si ens atenem a les seves opinions. La xarxa s'ha imposat com una medidora necessària en la fase de recollida d'informació de la producció periodística. El seu ús és doble, serveix tant per trobar informació per contextualitzar assumptes noticiosos com per cercar fets noticiosos.

La idea que la gran majoria dels periodistes tenen formada d'Internet sorgeix, doncs, del seu contacte quotidià com a font d'informació, i no de la xarxa com a "lloc de treball". Des d'aquest punt de vista és des d'on s'ha d'entendre el que hem anomenat perfil antinòmic d'Internet. A partir d'aquí anirem desgranant els trets principals que dibuixen aquest perfil en la comunitat professional.

En el vessant positiu d'aquest perfil, Internet significa un món de possibilitats inimaginable fins ara. L'ideal d'una societat transparent (Vattimo, 1990) assolida gràcies als mitjans de comunicació arriba al seu clímax gràcies a la xarxa. Aquesta infinitat d'oportunitats que representa Internet per al periodisme modern els empeny a usar-la i a mantenir-la com una font d'informació, un recurs, o el que sigui, per si de cas. En la consciència dels periodistes sembla inscrit que si hi ha alguna professió que es pot beneficiar veritablement d'aquest nou invent, aquesta és la de periodista. Una oportunitat que no es pot desaproveitar.

També destaquen la capacitat de la xarxa per dinamitzar el treball i estalviar temps. L'ús del correu electrònic per comunicar-se ràpidament amb fonts, col·legues o d'altres, la consulta immediata de documents, arxius i bases de dades difícilment accessibles abans, són exemples mencionats pels periodistes. Estalviar temps i guanyar en eficiència són dos valors associats a la millora de la productivitat dels treballadors periodistes dels quals s'aprofita directament l'empresa que els contracta però que també està tenint conseqüències en noves formes de treball a distància i jornades laborals més flexibles.

La rapidesa en la transmissió d'informació materialitza un altre dels somnis de la tasca periodística, la immediatesa informativa. Internet ha permès reduir de manera espectacular els terminis de processat de la informació reduint a la mínima expressió les formes de transport d'aquesta. Els periodistes són més responsables dels productes informatius perquè han desaparegut altres mediacions.

A l'altra plat de la balança trobem que la vessant negativa d'Internet té una dimensió menys mundana:

Primer, pels periodistes la credibilitat d'Internet és inferior a la de les fonts d'informació clàssiques. Les garanties que els ofereixen les fonts d'informació tradicionals no les troben a Internet, en molts casos accedeixen a informacions o documentació interessant des del punt de vista periodístic però que sovint no està acreditada, no hi ha un autor o autors de la informació que l'avalin amb les garanties de legitimació social amb la que sí que compten les fonts d'informació tradicionals a les quals acudeixen habitualment. En alguns casos, el criteri per cercar informació consisteix a traslladar a Internet el mateix nivell d'acreditació de les fonts que se segueix fora de la xarxa. És a dir, recórrer només als webs oficials, institucionals, coneguts, etc.¹

Segon, Internet fa que els periodistes surtin menys al carrer, parlin menys amb la gent, i que el periodisme sigui cada vegada més una feina de despatx. Aquesta qüestió i les conseqüències que se li atribueixen seran objecte d'una atenció especial en el pròxim apartat, per la incidència que tenen sobre valors professionals força arrelats.

Tercer, la imatge d'Internet com a oportunitat té el seu contrapès en l'excés d'oferta informativa que posa la xarxa a disposició dels periodistes. L'atractiu inicial de la xarxa s'ha convertit en una incomoditat per a molts avui dia.

Quart, un dels aspectes als quals afecta negativament la potenciació de la immediatesa és l'idioma. L'estil, el lèxic, la gramàtica, etc., necessiten una cura constant i una dedicació que no permeten els ritmes de treball que imposa l'aparició d'Internet en el periodisme modern.

L'amenaça de la "pèrdua de carrer"

El més interessant del material recollit és observar com prolifera la idea d'atribuir a les noves tecnologies, i especialment a l'aparició d'Internet, la causa d'això que en diuen "la pèrdua de carrer". La importància d'aquesta associació d'idees ve augmentada pel fet que es manifesta en tots els perfils dels entrevistats. És a dir, no té a veure ni amb el sexe, ni amb l'edat ni amb el mitjà de comunicació en el qual es treballa, com podem veure a partir dels comentaris d'aquesta jove periodista que treballa a televisió, però col·labora regularment amb ràdios i premsa escrita:

...sortir al carrer per qualsevol periodista hauria de ser un exercici que s'hauria de fer cada dia i a vegades fer-ho de manera conscient, mirant els rètols, mirant la gent... i a lo millor en aquest procés meu de documentació doncs, clar, trobes coses que t'amplien... En canvi Internet només pel fet d'estar tancat una mica a casa i buscant coses i tal pots fer de vegades la feina sense sortir al carrer i això...

També comparteixen aquesta percepció des de sectors de la professió que han sabut aprofitar extraordinàriament les potencialitats de la xarxa com són els

periodistes dels gabinets de comunicació. Es tracta d'una visió que identifica clarament Internet com a una amenaça per a la tradicional inquietud periodística.

Creo que la tecnología ha influido muy negativamente en el trabajo del periodista, y es que entre el teléfono móvil, Internet y... tanta cosa de esta hay veces que el periodista ya no sale a la calle para hacer la noticia, y eso es muy triste.

Hablando del periodismo en general, lo que veo es que hay un pequeño riesgo de que el periodista se quede sentado en su despacho inmerso en el mundo... y que sólo conozca la realidad a través de Internet, por ejemplo, y que no pise la calle.

Constatem que una de les crítiques més contundents contra Internet que s'aiexequen des de les diverses posicions de la professió és l'anomenada "pèrdua de carrer". Però quin sentit té el carrer en la pràctica periodística? Sortir al carrer vol dir observar directament el que passa a la societat, sense intermediaris, parlar amb els protagonistes dels fets noticiosos per després explicar-ho al públic. La virtut de "fer carrer" com a pràctica periodística està avalada per tota una tradició professional que iguala els èxits més sonats del periodisme d'investigació amb el treball de camp, amb el contacte directe amb personatges poderosos i els confidents.

Fer carrer també és sinònim d'informació fiable. La interacció directa amb els actors de les notícies ha de permetre als periodistes copsar el sentit profund dels fets sobre els quals s'informa. En termes epistemològics diríem que "fer carrer" permet comprendre els fets noticiosos i convertir la recollida informativa en una hermenèutica de la vida diària. "Fer carrer" significa també estar en contacte permanent amb la realitat i això encaixa amb una idea molt popular del periodisme que l'equipara amb un mirall de la realitat. El periodista, com s'observa en molts comentaris, és el millor instrument per a aquesta observació directa i immediata dels fets.

Tu firmes una crònica perquè tu has vist els fets o parts dels fets, perquè sinó ja no la firmes. Si ens deixéssim conduir només per Internet no tindríem una versió directa dels fets.

Aquesta identitat situa la realitat en el carrer i la ficció (virtualitat) als despatxos. I es manifesta molt sovint també en la distinció entre els sabers que es transmeten a les aules i els sabers que s'adquireixen a l'etapa professional. Els primers són la teoria, la virtualitat, la ficció, mentre que allò que s'aprèn al carrer té un reconegut valor pràctic. És real.

No tiene nada que ver, al menos en mi época, lo que yo estaba estudiando con lo que fuera en el mercado de trabajo te encontrabas. Sobre todo a nivel de maquetación estábamos trabajando con tipómetros cuando fuera estaban con ordenadores. Ya te digo, te dan una base, pero todo lo que aprendes lo aprendes fuera, en la calle, trabajando. Tienes una base, tienes una teoría, tienes unos conocimientos básicos, para luego sobre esos conocimientos ir ampliando mucho más, ¿no?

La teoria que proporcionen les aules atorguen coneixements molt generals i de dubtosa aplicació, segons els periodistes. Es ja un clàssic entre els professionals l'expressió de que el "periodista es fa al carrer". A través del carrer s'adquireix un dels valors més preuats per a la professió, el sentit pràctic. Aquest sentit pràctic permet tenir destresa en la feina quotidiana i diligència en la presa de decisions. Tot plegat serveix per valorar la capacitat d'un professional per resoldre problemes en lloc de crear-ne més. És una peça fonamental de la feina periodística i es converteix en un valor apreciat. Davant dels problemes periodístics no valen cabòries i la reflexió al voltant de la pròpia feina és vista molt sovint com una pèrdua de temps que va en detriment del sentit pràctic de la professionalitat periodística.

Jo de masses filosofies no en sóc. Sóc molt pràctica... He hagut de batallar al carrer... al dia a dia, i això em fa ser molt pràctica.

L'oposat de "fer carrer" és l'actitud acomodaticia dels periodistes que renuncien al contacte directe amb les fonts i que estan confinats a les taules de les redaccions, se'n diu el periodisme de taula. Encara que de vegades no es digui de forma explícita, però aquest periodisme concentra una bona quantitat dels tabús i defectes que molts atribueixen a la professió avui dia. El periodisme de taula no contrasta les informacions, és, en definitiva, una mala pràctica. Allò que no hauria de ser el periodisme, com sosté el director d'una televisió local:

Crec que és aberrant el fet que hi hagi cada vegada més diaris que es fan a base d'Internet, sense contrastar, sense confirmar. La tecnologia pot facilitar la feina, però cuidado, jo crec que els conceptes bàsics del periodisme són els mateixos, bona informació, verificació, les preguntes bàsiques: que, qui, com, per què..., les fonts. Això no ha canviat encara que ara sembli que tot és més fàcil.

Aquesta missió de contacte permanent amb la realitat que té el periodisme és practicada sobretot per alguns tipus de periodistes. Els escalafons mitjans i baixos de les redaccions, els quals suporten en gran mesura el pes de la producció periodística d'un mitjà, són els que tenen assignades tradicionalment aquestes tasques de "carrer" a les redaccions. Els càrrecs superiors, en canvi, dediquen bona part del temps a organitzar i coordinar les tasques d'aquests periodistes i poc tenen a veure amb "fer carrer". Això té implicacions en la imatge que té la cúpula de càrrecs que controlen els mitjans, i és aquí on de vegades es confon el periodisme de taula amb el "periodisme de despatx".

Moltes vegades els caps són gent que no han fet mai carrer, que han entrat directament de cap o que ha fet carrer molt poc temps i l'han posat de cap, i llavors no ho sap el que és l'ofici en si, sap manar i a vegades ni això, però desconeix la realitat del carrer.

El periodisme de taula suposa la "pèrdua de carrer" en la pràctica professional. En molts casos és descrita com el símptoma d'una nova forma de fer perio-

disme. Aquest canvi cap a la "pèrdua de carrer" suposa l'èxit de les notes de premsa, dels dossiers de premsa, de les rodes de premsa i de tots els pseudoesdeveniments construïts per les fonts d'informació per influir en l'agenda dels mitjans. Es redueix el protagonisme dels periodistes en la producció periodística en favor d'unes fonts capaces de generar importants volums d'informació i de presentar-la de forma atractiva pels mitjans.

Cada vez se está imponiendo más el periodismo de mesa y cada vez hay menos periodismo de calle, de buscar la noticia. Cada vez es más la noticia la que nos llega y con un enfoque determinado y prácticamente ya te han escrito el titular y el ladillo.

En la pràctica periodística sempre han conviscut les tasques d'accés i de cobertura informativa. El desenvolupament de les relacions públiques des dels anys vuitanta ha inclinat la balança en detriment de les tasques de cobertura. La difusió de l'ús d'Internet entre els professionals periodistes els ha accentuat aquesta sensació de pèrdua de les tasques de cobertura i, en definitiva, de reducció de la capacitat d'iniciativa del professional en el periodisme. Per molts, Internet és el veritable responsable d'aquesta transformació en les pràctiques de recollida informativa, una idea cada vegada més estesa que alimenta la mala imatge d'Internet entre els periodistes.

Conclusions

El futur dels periodistes està inevitablement vinculat a l'ús d'Internet. Cap mitjà de comunicació vol deixar passar l'oportunitat que suposa la xarxa, tots els professionals l'usen i s'ha convertit en un instrument necessari per a la feina dels periodistes, que no poden deixar d'usar-la. Es diu que és cosa de temps que caiguin els pocs resistents que encara no hagin usat els cercadors per fer prospeccions temàtiques en el ciberespai.

Però, després de la inicial recepció positiva amb la qual es va rebre Internet en la cultura professional catalana, darrerament han aparegut arguments negatius que associen Internet amb la decadència de la professió. En la majoria dels casos es produeix una situació contradictòria perquè, d'una banda, s'aplaudeix Internet com un enginy tecnològic fabulós, però, de l'altra, resulta caòtic com a font d'informació. Els professionals no volen deixar d'usar-lo perquè millora la seva feina, però alhora redueix encara més el control que els periodistes tenen sobre els fluxos d'informació.

El cas de "fer carrer" ens permet veure algunes coses interessants que estan passant en la cultura periodística catalana en relació amb aquesta mala imatge d'Internet, tot i que no són exclusives del nostre país (Jones 1995; Kuhn 1995; Manning, 2001). En primer lloc observem que darrere aquest concepte hi ha quelcom més que una simple pràctica periodística; en realitat fa referència a valors com ara el del lliure accés a la informació i a rutines tan arrelades com la de contrastar la informació. A més, el carrer atorga l'autoritat i l'experiència

necessària per convertir-se en un referent en la professió. Internet apareix com l'instrument d'una nova forma de fer periodisme que trenca amb tots aquest valors positius de la professió. Una idea que adquireix cada vegada més força és que resulta incompatible la convivència d'aquests valors periodístics amb les noves pràctiques que imposa Internet.

Per acabar, entenem que la xarxa hagi d'ocupar un paper central en el món de les relacions entre els periodistes i les fonts, però també creiem que la seva irrupció no ha de fer impossibles noves bones pràctiques periodístiques.

Notes

1. Una recerca interessant sobre aquests usos d'Internet és la realitzada recentment per Myriam Redondo Escudero entre els corresponents a Brussel·les dels diaris *El Mundo* i *El País* (1994).

Bibliografia

- DEUZE, Mark; PAULUSSEN, Steve (2002). "Research Note: Online Journalism in the Low Countries. Basic, Occupational and Professional Characteristics of Online Journalism in Flanders and the Netherlands". *European Journal of Communication*, vol. 17(2) (SAGE Publications).
- ERICSON, Richard V.; BARANEK, Patricia M.; CHAN, Janet B. L. (1989). *Negotiating Control: A Study of News Sources*. Toronto: University of Toronto Press.
- GANDY, Oscar H. (1982). *Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy*. New Jersey: Ablex Publishing Company.
- GARCÍA AVILÉS, José A.; LEÓN, Bienvenido (2002). "Journalistic practice in digital television newsrooms. The case of Spain's Tele 5 and Antena 3". *Journalism*, vol. 3(3) (SAGE Publications).
- GARRISON, Bruce (2001). "Diffusion of online information technologies in newspaper newsrooms". *Journalism*, vol. 2(2) (SAGE Publications).
- (2003). "How Newspaper Reporters Use The Web To Gather News". *Newspaper Research Journal*, vol. 24, núm. 3, Summer.
- MANNING, Paul (2001). *News and news sources. A critical Introduction*. London: Sage.
- MCNAIR, Brian (1998). *The sociology of journalism*. London: Arnold.
- SHOEMAKER, Pamela J. ; D. REESE Stephen (1994) [1994]. *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México D.F.: Diana.
- REDONDO ESCUDERO, Myriam (2005). www.congresoperiodismo.com/actualidad/noticia.asp?idNoticia=70&pag=2
- SCHLESINGER, Philip; TUMBER, Howard (1994). *Reporting Crime. The Media Politics of Criminal Justice*. Oxford: Clarendon Press.
- VATTIMO, Gianni (1990) [1989]. *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós